加强媒体传播力、引导力、影响力和公信力的路径研究

陈 雪
（松原广播电视台，吉林 松原 138001）

摘 要：本文主要结合本地新闻发展实际，首先介绍了媒体传播力、引导力、影响力和公信力的概念及其相互关系，其次，从媒体融合发展、体制机制和人才队伍建设等三个方面论述了如何加强新闻媒体传播力、引导力、影响力和公信力建设。

关键词：新闻媒体；四力 ；舆论引导；四个自信；媒体融合　　**中图分类号：**G621　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）10-033-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.10.008
本文著录格式：陈雪 . 加强媒体传播力、引导力、影响力和公信力的路径研究 [J]. 中国传媒科技，2021（10）：33-34，37.

党的十九大报告中明确指明舆论和广播新闻媒体发展方向，就是要坚持正确舆论导向，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。在党的十九届四中全会上，又进一步明确了围绕这一方向构建网上网下一体和内外宣相互联动的发展大格局。

在新时代现代化的全媒体传播系统不断创新和发展的环境下，突发事件的不断发生在很大程度上使重大事件的舆论影响力增强。因此，在舆论引导工作中，必须始终坚持正确的舆论方向，牢固树立“四个意识”和坚持“四个有利于”，坚持主旋律基调，传导正能量，这也是新形势下巩固和发展主流意识形态，提高意识形态领域的主导力量和话语权，增强“四个自信”，增强党、国家和民族凝聚力和向心力的关键。作为主流媒体要充分发挥“战斗堡垒”作用，切实增强新闻舆论的传播、引导、影响和公信力作用，牢牢把握思想工作的领导权。[1]

1.“四力”概念及其相互关系

传播力是把新闻舆论信息传递扩散出去的能力，它是引导力、影响力、公信力的基础。导向问题是根本性问题,引导力就是主流媒体应该承担起积极引导舆论的责任，使舆论不偏离正确的方向。影响力就是媒体要影响主流人群、代表主流意识、传播主流新闻，形成强大的社会影响力。公信力则是指新闻媒体本身所具有的受公众信赖的一种内在力量。可以说“四力”之间联系密切，相互影响，具体地说，主要体现了以下几方面特征。

一是具有独立性。首先，它们在不同的传播环节中角色是不同的。传播力就好比是一个通道的出口，它主要是解决如何把信息传出去；引导力好比是传送过程，它主要解决的是如何把信息精确送给受众；影响力主要解决的是送到受众的信息，受众是否感兴趣；公信力主要解决的是信息在受众那里能存放多久的问题。其次，强弱之间不一定存在正相关性。比如，有的新闻传播力可能比较强，但是受众不一定会完全接受，就是传播和接受不成正比，这就需要下一步逐渐进行引导。

二是具有关联性。“四力”在同一个传播链中，首先要进行传播，出现了传播力，然后在传播之后需要进行引导和影响，就是引导力和影响力，最后在两者的基础上形成公信力。传播力是其他“三力”的首要前提，引导力决定着方向，影响力决定着范围和深度，最后的公信力促进其他力量的成长和持续，与其他力量密切相关密不可分。

三是具有整体性。“四力”是一个统一整体，是一个统一系统，相互影响相互制约，不能为了提高传播力和影响力，发布低俗和负能量的内容，同时还必须注重对内容的引导和公信力。

2. 加强新闻媒体“四力”路径初探

随着新时代的发展，在新闻舆论领域的矛盾也出现了新的变化，这种变化主要体现在：人们对高质量新闻信息的需求日益增长与新闻信息的生产和供给之间的不平衡和不对称之间的矛盾。出现这样问题主要是由于新闻供给方面的结构性不合理，生产同质化，缺乏人们喜闻乐见的、周到的、热情的、高质量的工作。提高新闻舆论的“四力”是解决这一新矛盾的最好出路。

结合本职工作和自身对新闻媒体“四力”的理解，觉得可以从以下几个侧重点来积极探索提升“四力”。

2.1 推进媒体融合发展

在推进媒体融合发展方面，中央全面深化改革委员会第十四次会议指明了新闻媒体转型和发展的方向。在互联网媒体没有崛起之前，各类主流媒体在本区域和领域内一家独大，没有竞争对手。进入 21 世纪以来，随着媒体产业精力不断拓展，传媒边界出现消融，大量新兴主体的加入使竞争日趋激烈。与此同时，民营互联网媒体平台和其他商业媒体平台应运而生，迅速崛起，在广告和用户服务市场上与主流媒体展开激烈竞争。传统主流媒体在传播市场上的竞争优势日益弱化，面临着内部转型和外部竞争的双重压力，与互联网新兴媒体融合转型是必然趋势。

一是建立完善新型传播平台。新型传播平台在新型主流媒体建设中处于战略位置，建立新型传播平台，实现用户广泛和深度融合，并不断强化技术赋能，壮大平台功能，藉此提升其传播力、影响力、市场引导力，形成满足用户多元化和个性化需求导向格局，加速实现主流媒体从传统模式与平台的升级换代。为推进这方面发展，当地广电部门成立了新媒体中心，负责运行官方

微信公众号、抖音号、快手号、现场云直播、手机台App，目前正在探索运营新媒体平台直播和广电视频号，已初步构建新媒体传播平台。

二是创新做强内容生产。特别对新闻和信息产品，包括短视频、短音频和社交产品，应该根据各类用户的需求制作，并与各个平台的各个终端相匹配，实现全媒体传播。这就要求充分利用新闻采编权，强化产品与服务的供给侧改革，着力成为全媒体时代的主流内容供给中心。[3] 比如，当地广播电视台在有限条件下克服重重困难，在新媒体中心成立了公众号编审小组、抖音快手运营小组、快手直播小组、大型活动现场直播小组等，结合不同新媒体平台特点，专项学习研究相关知识技术和内容生产，各自独立、相互关联、协同共进。

三是聚合内外公共资源。想发展必须打破惯性思维，实行差异化布局，顺应媒体发展趋势，满足用户需求，实现纵向和横向一体化，打破广播电视、主流媒体和网络媒体等不同部门之间的界限，开放各种平台的连接，为用户提供纵向内容的一站式服务，使党的声音传播更广更深，逐步实现“守正、深融、跨界、共生”。目前，当地广电官方微信公众号已实现台内广播和电视优质节目资源共用，通过手机端即可实现分条看电视新闻、选择性收听、观看各广播频率和电视频道的优质节目。同时，充分利用广电优势与文旅局、应急局等部门合作，逐步推进资源聚合。

2.2 深化新闻媒体体制机制改革

当前，推进媒介深度融合正处于攻坚克难的关键阶段。必须贯彻落实党中央关于推进媒体深度融合的决策部署，坚持以目标为引领、以问题为导向，大胆改革，加快解决多年来制约媒体整合发展的障碍和问题，打造真正具有强大影响力和竞争力的新型主流媒体。

在这方面，深圳报业集团始终走在前列。据资料显示，深圳报业集团近年在人才方面，主要采取两项措施实现了人才良性流动和整合。一是优化人才结构。通过提前退休、自主创业等多种方式，对人员进行分流，成功进行了瘦身，从而为引进高端人才创造了条件；二是通过优化机制，引进高端人才。通过实施名编辑和名记者等培养工程，引进高端人才，提高影响力。

地方广电部门如何紧跟新时代需求转型发展是亟需认真思考的问题。近年来，受到新媒体冲击及经济大环境影响，广电广告收入锐减，运行费用缺口加大，现有运行模式已经不能适应新形势下转型发展的需要。必须以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，立足当前，着眼长远，以强化主阵地作用为根本，以增强发展活力为核心，以机制体制创新为重点，不断深化“宣传与经营”双轮驱动的效应，才能不断提升新闻宣传水平，全面提高广电生存发展能力，才能努力走出一条新形势下广电转型发展的新路。

一是坚持三项基本原则不动摇。坚持党管媒体的原则。要始终坚持党的喉舌性质不动摇，始终坚持将社会效益放在第一位原则不动摇。围绕中心，服务大局，严守党的宣传纪律，切实加强内控体系建设和内部流程管理，确保宣传导向正确。坚持效率优先、兼顾公平原则。借鉴发达地区事业单位企业化管理先进经验，在保持事业单位性质不变的前提下，积极探索研究，对单位的经营和分配模式进行企业化管理，充分调动广大干部职工工作积极性和主动性，促进事业发展。坚持积极稳妥、统筹兼顾原则。正确处理改革发展稳定的关系，把深化改革与促进发展、维护稳定统一起来，把加大改革力度与扎实做好宣传工作、设备更新改造和安全播出等工作统筹起来。一切从实际出发，循序渐进、积极稳妥，分阶段、分步骤将改革不断引向深入。

二是以人为本，探索推进管理机制改革。主流媒体补齐发展短板最主要的措施还是要靠创新来驱动，这个创新最为见效的就引进高端人才，发展人才作用和优势。活化选人用人机制，把好进人关，新进人员一律按照严格的程序和标准从社会上公开招聘，体现公平、公正、公开原则。实行聘任合同制，在不打破现有编制体制基础上，打破“铁饭碗”，探索试行台内部分生产部门干部职工双向选择机制，做到人岗相适。落实好党管干部原则，在干部选拔过程中，坚持德才兼备、注重实绩、任人唯贤的标准。建立激励机制，重实绩、重贡献，重视优秀人才、重视关键岗位人员，对获奖、先进等各类媒体评先选优获得者，无论体制内外都给予适当奖励，使做出突出贡献的同志真正得到重奖重用。[3] 同时把个人收入与岗位职责实绩挂钩，多劳多得，少劳少得，对超额完成任务和确需加班的，可视具体情况给予适当经济补助。所有人员全部纳入考核并制定考核办法，适当拉开分配差距。拓宽营收渠道，充分发挥广电优势，采取“TV+、广播 +、新媒体 +”的形式，与社会实体经济合作，通过与网红、网络大 V、网红实力创作团队合办、联办节目，网红带货分成、平台商业直播分成等多种形式，实现广电效益最大化。

2.3 加大全媒体人才培养力度

新时代随着媒体格局、传播方式等不断发生深刻变化，全媒体不断发展，这也对新时代媒体人才培养提出了新的挑战。全媒体人才是指具有网络思维，具有全媒体制作、传播、运营和管理能力，能够胜任全媒体流程和平台开发的人才。全媒体人才至少满足两方面特征，一是全媒型人才，就是能够满足全媒体业务要求的人才；二是专家型人才，是指在全媒体垂直型业务中发挥作用的人才，这两方面缺一不可。那么，如何培养这样全媒体型人才，主要应从以下几方面着手。

一是要秉承人才是第一资源的理念。推动媒体融合发展关键靠人才。必须遵循社会主义市场经济规律和人才成长规律，坚持服务开发、人才优先、用人为本、机制创新、高端引导、人才工作全面发展的指导原则，不

（下转第37页）